

A ENTRADA DO CAPITAL INTERNACIONAL NA REDE HOTELEIRA: ALGUMAS CONSIDERAÇÕES PRELIMINARES¹

Daniel Raminelli Piccolo²

Maria Terezinha Serafim Gomes³

Resumo

No Brasil, com o processo de globalização, a abertura econômica e a reestruturação produtiva intensificaram a internacionalização do capital em diversos setores, na indústria, no comércio, bem como na rede hoteleira. A entrada de capital internacional na rede hoteleira não ocorre apenas nas metrópoles, nos centros de turismo de negócios ou destinos turísticos litorâneos, mas também em cidades médias do interior do Brasil, que não possuem amenidades turísticas. Essas cidades médias vêm sendo consideradas como “novos territórios produtivos”, em função do crescimento de infra-estrutura, como transporte, energia e telecomunicações, facilitando a localização industrial. Este texto tem como objetivo abordar a entrada do capital internacional na rede hoteleira, enfocando a presença da rede hoteleira de capital internacional também em cidades médias, o caso de Maringá.

Palavras-chave: capital internacional; rede hoteleira; Maringá.

LA ENTRADA DEL CAPITAL INTERNACIONAL EM LA RED HOTELERA: ALGUNAS CONSIDERACIONES PRELIMINARES

Resumen

En Brasil, con el proceso de globalización, la apertura económica y la reestructuración productiva intensificaron la internacionalización del capital en diversos sectores, en la industria, en el comercio, bien como en la red hotelera. La

¹ Este texto apresenta discussões que vem sendo realizadas na monografia de bacharelado em andamento.

² Aluno do 4º ano do curso de Geografia, da Universidade Estadual de Maringá - UEM

³ Professora Adjunta do Departamento de Geografia da Universidade Estadual de Maringá (UEM).
e-mail: tserafim@usp.br

entrada del capital internacional en la red hotelera no sólo ocurre en las metrópolis, en los centros de turismo de negocios o destinos turísticos costeros, sino también en ciudades medianas del interior de Brasil, que no poseen amenidades turísticas. Esas ciudades medianas han sido consideradas como “nuevos territorios productivos”, en función del crecimiento de infraestructura, como transporte, energía y telecomunicaciones, facilitando la localización industrial. Este texto tiene por objetivo abordar la entrada del capital internacional en la red hotelera, centrándose en la presencia de la red hotelera de capital internacional también en ciudades medianas, el caso de Maringá.

Palabras clave: capital internacional; red hotelera; Maringá.

Introdução

No presente texto, pretendemos tecer algumas considerações sobre a entrada de capital internacional na rede hoteleira no Brasil, bem como sua entrada mais recentemente nas cidades médias do Interior do país, o caso de Maringá/PR.

As pesquisas sobre a temática da entrada de capital internacional na rede hoteleira no Brasil ainda é incipiente, há alguns trabalhos nas áreas de turismo, de economia e praticamente inexistente na Geografia.

Prosérpio (2002, p.1) ressalta que

A literatura acadêmica tem se concentrado em analisar os efeitos dessas mudanças nos tradicionais setores de serviços – e, em particular, ao mercado de viagem ou “setor turístico” – a análise ainda se encontra em estágio embrionário, dado a contemporaneidade de algumas dessas mudanças, a exemplo da redução do preço das passagens aéreas domésticas, da desregulamentação do mercado, atuação dos investimentos estrangeiros e avanço das redes hoteleiras internacionais.

Na Geografia podemos mencionar a dissertação de mestrado de Mossato (2007), que aborda a entrada de capital internacional na rede hoteleira de Curitiba e

suas transformações no espaço urbano e um artigo de Cruz (2006), que trata da rede hoteleira internacional na cidade de São Paulo.

No Brasil, com o processo de globalização, a abertura econômica e a reestruturação produtiva intensificaram a internacionalização do capital em diversos setores, na indústria, no comércio, bem como nos serviços de viagem e hospedagem.

Essa internacionalização do capital na rede hoteleira teve início nos anos 1970, em que alguns hotéis de redes internacionais começaram a se instalar no Brasil, o primeiro deles foi do Grupo Hilton, em São Paulo, segundo Prosério (2002).

Com a aceleração da globalização essa entrada de capitais externos tem se intensificado em todos os setores de atividades econômicas. Sendo assim, a presença de multinacionais em diversos segmentos estimula a rede hoteleira, pois são necessários hotéis de padrão internacional para atender a demanda de executivos e altos funcionários dessas empresas.

Nos anos 1990 com a estabilização econômica do Plano Real a entrada de capital internacional ganha dimensão com o crescimento da atividade turística no país, atingindo não somente as metrópoles, centros de negócios e destinos turísticos, mas também cidades médias do interior do país, que não possuem amenidades turísticas.

Essas cidades médias vêm sendo consideradas como “novos territórios produtivos”, em função do crescimento de infra-estrutura, como transporte, energia e telecomunicações, facilitando a localização industrial.

Neste texto procuramos trazer à discussão a entrada do capital internacional na rede hoteleira também no interior do país, em lugares que não possuem “amenidades turísticas”, como praias, montanhas etc, mas que outros elementos que parecem ter sido importantes para implantação de hotéis de capital internacional, como é o caso de Maringá com a dinâmica industrial das agroindústrias e do setor de confecções, favorecendo o que se poderia chamar de “turismo de negócios”.

Inicialmente trataremos da entrada de capital internacional da rede hoteleira no Brasil e em seguida faremos algumas considerações sobre essa entrada também em cidades médias, o caso de Maringá.

A entrada do capital internacional na rede hoteleira.

As primeiras redes hoteleiras surgem na segunda metade do século XX na Europa e EUA, por meio de concentração e centralização de capitais. Muitas delas originaram-se de hotéis familiares ou empreendimentos situados à beira da estrada (o caso de motéis nos EUA), para atender às necessidades dos viajantes em automóvel. Dentre as primeiras redes, pode-se mencionar as redes americanas Hilton, Quality Courts Motels (posteriormente Choice), Best Western, Marriot e Sheraton (posteriormente incorporada à rede Six Continents); e as européias Novotel (posteriormente incorporada à rede Accor), Sol Meliá, Hotasa e Méditerranée, entre outras, conforme destacou Prosério (2002).

Foi a partir dos anos 1970 com a revolução tecnológica nos transportes e informações, desenvolvimento do transporte aéreo e do barateamento das passagens aéreas, que as redes passam por período de expansão e também por aquisições por grandes empresas aéreas, passando a explorar também os serviços de hospedagem.

Todavia, foi a partir dos anos 1990 com o avanço da globalização, como fizeram as empresas dos setores produtivos, as redes hoteleiras passam por uma “onda” de fusões e aquisições, “decorrentes da necessidade de aumentar a escala das atividades, reduzir custos operacionais e diversificar mercados de atuação, estratégia necessária para fazer face à crescente concorrência”, conforme Prosério (2002, p.11).

É nessa “onda” de fusões e aquisições, que as redes hoteleiras passam por intenso processo de expansão e busca de novos mercados. Essas *empresas-rede* deslocaram-se a um ritmo cada vez mais acelerado pelo planeta, por meio de aquisições, fusões e outros formatos associativos, como as franquias. É neste contexto que insere o crescimento da atuação das redes hoteleiras de capital internacional no Brasil.

No Brasil, a internacionalização do capital se deu em diversos segmentos da economia, incluindo o setor hoteleiro, a partir da década de 1970, onde redes de hotéis de capital internacional começaram a surgir nos principais centros do país, fato relacionado, principalmente, a globalização dos negócios impulsionada no Brasil com a presença das grandes multinacionais e, também, em cidades litorâneas com o turismo de lazer, muito expressivo no litoral brasileiro.

Com a produção do espaço para a atividade turística, a rede hoteleira se apropria dos “usos turísticos do território”, que nem sempre estão ligadas à modalidade de negócios e eventos, mas também as outras modalidades do turismo.

Segundo Prosérpio (2002) em 1971 foi inaugurado o primeiro hotel de rede internacional no Brasil: o Hilton em São Paulo, voltado para o público executivo. Em meados da década de 70 e seguindo a trajetória inaugurada pelo Hilton, implantaram seus hotéis no país as redes Holiday Inn, Sheraton (Intercontinental), Meridien e Mediterranée.

No final dos anos 1970, entraram no país outras redes internacionais, com hotéis voltados para o segmento de luxo, como as unidades das redes Novotel e Caesar Park.

O Novotel faz parte do Grupo Francês Accor, que já atuava no Brasil no segmento de ticket restaurante. Esse grupo atua não somente hospedagens, mas também outros segmentos de serviços, como alimentação, gestão de pessoas, viagens, entre outros. Além desses, outros grupos instalaram-se em São Paulo, como por exemplo, Sol Meliá de origem espanhola.

Nos anos 1980 (a chamada “década perdida”), a retração econômica também atingiu o segmento de hospedagem. Ao passo que nos países da Europa e EUA o mercado de viagens e hospedagem crescia impulsionado pelo aumento da competição em escala global e pelo incremento do turismo de negócios, no Brasil buscavam combater a hiperinflação e o aumento do déficit público. A crise fiscal e financeira fez minguar os financiamentos e incentivo à implantação de novos empreendimentos, inclusive da entrada das redes internacionais, conforme afirmou Prosérpio (2002).

Já nos anos 1990 com a estabilização econômica através do Plano Real teve início um novo ciclo de investimentos em modernização e ampliação do parque hoteleiro no Brasil.

Nas palavras de Prosérpio (2002, p.13).

A estabilização da economia lograda a partir de 1994 marcou o início de um novo ciclo de investimentos em modernização e ampliação do parque hoteleiro no Brasil. A abertura comercial, a desregulamentação do mercado de viagens e a realização das reformas contribuíram para a formação de um ambiente

favorável, à entrada do investimento estrangeiro, inclusive no mercado de hospedagem. É neste contexto que se inaugura nova fase de investimentos por parte das redes hoteleiras internacionais, processo este que vem se realizando a um ritmo e com uma abrangência superior ao observado na década de 70.

O diferencial em relação aos anos 1970 foi a presença de novos agentes no setor, como o investimento de fundo institucionais, entre eles o de pensão, construtoras, incorporadoras imobiliárias, que passaram a financiar os novos projetos.

O Estado teve uma participação importante com políticas voltadas para o turismo, entre elas, o Plano Nacional de Turismo e Prodetur/NE (Programa de desenvolvimento do Nordeste). Tais políticas contribuíram para implantação de infraestrutura, estimulando assim a entrada do capital internacional, sobretudo na região Nordeste.

A entrada das redes internacionais teve um efeito no segmento hoteleiro do país, contribuindo para aumentar a concorrência, elevar a qualidade na prestação de serviços, bem como profissionalizar a gestão. Além de provocar um processo de “desaculturação”.

O avanço das redes hoteleiras no Brasil implica na disseminação e reforço dos padrões concorrenciais internacionais vigentes, intensificando o uso da tecnologia e aprimorando a qualidade dos serviços. Como todo processo de globalização, essa disseminação implica em certo grau de ‘desaculturação’ ao mesmo tempo em que reforça alguns traços da cultura local, agora vendida como ‘típica’ ou ‘folclórica’. (PROSÉRPIO 2002, p. 86-87).

Nesse período, surgiram vários cursos de turismo e hotelaria no Brasil, com fins de qualificar o mercado de trabalho para o crescimento do mercado de viagens e hospedagens. Observa-se também que as redes nacionais e hotéis independentes também cresceram e passaram por reestruturação.

Vale ressaltar que, a abertura econômica dos anos 1990 favoreceu a entrada de capital estrangeiro⁴ no país. Em 1999, o Brasil foi o segundo país em receber a maior participação em investimentos diretos estrangeiros. Esse capital estrangeiro que entra no país, além da indústria, é investido em infra-estrutura, serviços, setor financeiro, supermercados e serviços pessoais.

Nesse contexto, as transformações ocorridas no país com a abertura econômica e financeira e a reestruturação produtiva contribuíram para a implantação de hotéis de rede internacional, estimulada muitas vezes pelo crescimento do “turismo de negócios”.

Nos anos 1990 algumas grandes cidades, como Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Porto Alegre, Curitiba, entre outras receberam também esses grupos de capital internacional na rede hoteleira.

Além dessas cidades, as capitais do Nordeste: Recife, Maceió, Fortaleza, Salvador, outras capitais Florianópolis, Campo Grande (MS) e cidades do Interior, como São José do Campos, Jundiaí, Sorocaba, Guaratinguetá (SP), Blumenau (SC) e São Bento do Sul (RS) também receberam hotéis de rede internacional, por exemplo do grupo *Accor*.

Prosérpio (2002, p. 14-15) nos apresenta as causas do avanço das redes hoteleiras internacionais no Brasil, a partir da segunda metade da década de 90, entre elas:

- a) O acirramento da competição internacional no setor de viagens e hospedagens a partir do final dos anos 1980, impondo a necessidade de diversificar mercados e oferecer serviços em escala mundial;
- b) Globalização da economia e estabelecimento de padrões globais de qualidade determinado a necessidade da entrada das redes internacionais de hospedagem nos grandes centros econômicos do país, particularmente São Paulo, também considerada uma megacidade “mundial”.

⁴ Sobre investimentos estrangeiros no Brasil, ver Lacerda (2000) e Gonçalves (1999).

- c) Potencial de mercado e expectativas de crescimento da demanda por hospedagem no Brasil;
- d) Estabilização econômica, abertura comercial, aumento da renda disponível da classe média, desregulamentação da economia;
- e) Disponibilidade financeira de parceiros (incorporadores, fundos institucionais e pequenos investidores) interessados em investimentos imobiliários associados aos hotéis, permitindo às operadoras e redes internacionais concentrar suas atividades nos serviços de gestão, mediante contratos de administração ou franquias, diminuir o custo do investimento e ampliar sua presença no mercado;
- f) Investimentos públicos em infra-estrutura estratégica para o turismo, em diversas regiões do país.

Em 2002 os hotéis de rede internacional representavam que 15% dos empreendimentos no país, segundo Prosério (2002). E, ainda, segundo a mesma autora, os empreendimentos operados pelas redes internacionais costumam ser de grande porte, voltados para os segmentos de médio e alto poder aquisitivo, localizados nos principais mercados e centros de negócios do país.

Nesse contexto, nos últimos anos com a economia globalizada, a modalidade turismo de negócios e eventos vem crescendo, pois “os homens de negócio viajam cada vez mais e com maior frequência” (CRUZ, 2007). Com isso, essa modalidade do turismo tem cada vez mais consumido os serviços oferecidos pelas redes de hotéis, principalmente, as de capital internacional, atendendo assim as necessidades dos consumidores globais. Consideramos negócio como sendo toda atividade comercial, de qualquer natureza.

O turismo de negócios está presente somente em territórios onde haja negócios. Cruz (2006, p. 205) afirma que:

O turismo de negócios, aliás, talvez seja um dos únicos segmentos do turismo que não podem ser inventados: não se pode atrair turistas de negócios para onde não haja negócios a realizar-se, ao contrário, portanto, de práticas de turismo de

lazer em que atrações são inventadas todo o tempo para atrair visitantes.

Para Lawson (1982 apud Gottschall e Almeida, 2001, p.1) O turismo de negócios divide-se em duas categorias básicas: (1) a viagem individual por motivos profissionais; (2) os deslocamentos de grupos para encontros de diversos tipos. Estes últimos podem ser agrupados em reuniões empresariais e de membros de associações. Entre os motivos das reuniões empresariais estão, por exemplo, assembleias de acionistas, mobilizações de equipes de vendas, lançamentos de produtos, treinamentos de funcionários em grupo, feiras de negócios e as chamadas viagens coletivas de incentivo. Os encontros de associados ocorrem sob a forma de conferências, convenções, exposições, seminários, oficinas (workshops) e cursos de curta duração, envolvendo membros de organizações profissionais, culturais ou científicas.

Com a globalização, o uso da tecnologia da informação favoreceu o mercado de viagens e hospedagens no mundo todo. Outro elemento a ser acrescentado, é a formação de empresas-rede, as empresas do setor buscam novas estratégias organizacionais, mais flexíveis, sistema de redes interligadas, novos padrões organizacionais, novas práticas empresariais, bem como novos padrões de concorrência.

Vale a pena destacar que as empresas-rede constituem um oligopólio, ou seja, um mercado no qual um pequeno número de grandes empresas assume maior parte de um mercado em um determinado segmento da economia, como, por exemplo, as redes de hotéis distribuídas em diversos países. Essas empresas, através da telemática – comunicação a distância de um conjunto de serviços informáticos fornecidos através de uma rede de telecomunicações – possibilita que cada filial ou empresa tenha possibilidade de vender sua produção em mercados internos, havendo assim, maiores possibilidades de tomar soluções (CHESNAIS, 1996). Essas empresas-rede se dissiparam pelo mundo nos anos 1970, 1980 e, no mercado brasileiro, com mais intensidade na década de 1990.

Como vimos, nos últimos anos, sobretudo a partir dos anos 1990, assiste-se a uma acentuada e mais significativa entrada de capital internacional na rede hoteleira do Brasil, ocasionada pelo avanço da globalização. A localização das redes obedece

à dinâmica da globalização, ou seja, centros de negócios, lazer, as capitais mais dinâmicas, entre outros.

A desconcentração industrial a partir de São Paulo resultante do processo de reestruturação produtiva e suas implicações sócio-espaciais, com o surgimento de “novos territórios produtivos”, contribuíram para dispersão da rede hoteleira de capital internacional em algumas regiões do país. Os hotéis de redes internacionais se instalam nas novas localidades para atender de usuários, sobretudo de executivos.

Lencioni (2006, p. 109) assevera que:

A reestruturação produtiva significou, portanto, uma desconcentração da indústria de São Paulo e da região metropolitana para o interior paulista; mas significou, também, uma dispersão territorial da indústria para outros estados. Isso não quer dizer que houve uma transferência de plantas industriais localizadas na cidade de São Paulo; isso, essa realocização, pode ter até ocorrido, mas sobretudo o que houve foi a eleição de novas localizações para a instalação de novas indústrias.

Dessa forma, o Estado do Paraná tem sido um beneficiário dessas novas localizações para indústria. O Aglomerado Metropolitano de Curitiba, sobretudo na década de 1990 com a nova fase de entrada de capital internacional na economia, recebe investimento de várias indústrias, com destaque as de automobilismo, como a Renault, Audi-Volkswagen e Chrysler. Essa industrialização acentuada no aglomerado da região metropolitana está relacionada ao processo de desconcentração industrial de São Paulo e de seu entorno metropolitano e a geografia da capital paranaense, ou seja, localização privilegiada em relação ao Mercosul e ao território nacional, estando em um corredor de metrópoles, como Belo Horizonte, Rio de Janeiro, São Paulo e Porto Alegre, infra-estrutura adequada, entre outros aspectos positivos (MOSSATO, 2007), foram fundamentais para a acentuada industrialização.

O crescimento de infra-estrutura em outras regiões contribuiu para o processo de desconcentração industrial. Desse modo, Diniz & Crocco (1996, p. 85) afirmam

que “transporte, energia e telecomunicações alargaram e unificaram o mercado brasileiro, facilitando a localização industrial em novas áreas ou regiões, especialmente nas cidades de *porte médio*. [...] o desenvolvimento da infra-estrutura, conjugado com crescimento urbano e de serviços modernos em várias cidades brasileiras, propiciaram a criação de economias de urbanização em várias cidades e regiões, facilitando a desconcentração industrial”.

Como vimos esse processo de desconcentração industrial resultante da reestruturação produtiva com suas implicações sócio-espaciais, também contribuiu para a presença da rede hoteleira não somente em lugares turísticos, mas em metrópoles como Curitiba, a partir dos anos 1990.

Curitiba é uma das cidades brasileiras que mais tem recebido essas redes hoteleiras de capital internacional. Observa-se a presença de hotéis das seguintes redes: *Accor*⁵, *Intercontinental Inglaterra*, *Starwood Hotels e Resorts*, *Mélia*, *Choice International*, sendo em sua maioria do grupo *Accor* que representa mais de 50%. Esse crescimento da rede hoteleira de capital internacional na metrópole curitibana, segundo Firkowski (2004) e Mossato (2007), estão associadas de forma direta com a implantação da indústria automobilística, em particular as montadoras Renault e Audi/Volkswagen e seus fornecedores.

De acordo com Firkowski (2004, p.101)

O avanço do setor associa-se à mudança do perfil dos hóspedes, estreitamente relacionado aos negócios. Assim, a internacionalização se apresenta forte no setor hoteleiro, tanto na forma de novos empreendimentos como na forma de

⁵ A *Accor*, maior grupo do setor hoteleiro no mundo, está presente em 131 países, possuindo cerca de 87 mil empregados, e detém 35 marcas de produtos e serviços no mundo, das quais 17 se encontram no mercado brasileiro. Em 31.12.99, administrava 3.234 hotéis (354.652 quartos), dos quais 33% próprios, 37% operados em regime de leasing, 13% franqueados e 17% operados em regime de contrato, considerando-se o número de quartos. Com a marca *Sofitel*, a rede está presente, com 135 hotéis, em 43 países; com a marca *Novotel*, há 318 hotéis, em 54 países; com a marca *Mercure*, mais 562 hotéis, em 31 países; e, com a marca *Ibis*, opera 502 hotéis, em 27 países. No Brasil, é responsável por cerca de 3% da oferta hoteleira, o que lhe assegura a posição de maior operadora hoteleira do país, com 7.506 quartos. (SAAB e DAEMON, 2001, p.13).

associações entre os hotéis já existentes e as operadoras internacionais, de modo a que possam se integrar à rede mundial de hotéis das mesmas. Trata-se, mais uma vez, da crescente especialização e internacionalização, em que os empreendimentos locais não são capazes de atender às novas demandas geradas a partir dos processos globais, que tornam cada vez mais comum o deslocamento de executivos e funcionários altamente qualificados, exigindo a reprodução dos mesmos padrões de hospedagem, por todo o mundo, além das facilidades relativas às reservas e vantagens especiais como os programas de fidelidade para hóspedes.

Sendo assim, a desconcentração industrial contribui para a distribuição das redes de hotéis, que se instalam nos “novos territórios industriais”, como já salientamos anteriormente.

Os grandes grupos de capital internacional do segmento de hospedagem, localizavam-se nos principais mercados e centros de negócios do país (Prosérpio, 2002), onde a economia passou a ser cada vez mais internacionalizada. Não obstante, da dispersão espacial das unidades de hospedagem das redes para outras localidades do país. Há no Brasil uma clara “seletividade espacial” na distribuição das redes hoteleiras de capital internacional, onde os hotéis concentram-se nas regiões Sudeste, Nordeste e Sul do Brasil, conforme podemos verificar na tabela 1 apresentada por Prosérpio (2002).

A presença da rede hoteleira internacional implica também reestruturação das redes nacionais para se tornarem competitivas. Dessa forma, estimula a modernização e profissionalização do segmento hoteleiro. Com a entrada de novas cadeias internacionais no Brasil, as cadeias hoteleiras nacionais tiveram de se adequar sua estrutura para manter-se no mercado, buscando melhorias dos serviços prestados, conforme ressaltam Saab e Daemon (2001).

Tabela 1
Distribuição Espacial das unidades de hospedagem das onze principais redes internacionais no Brasil, por região e por estado.

ESTADO	HOTÉIS	APTOS	%HOTÉIS	%APTOS
Região Norte				
Amazonas	3	285	1,3	1,1
Pará	1	361	0,4	1
Região Nordeste				
Alagoas	2	303	0,9	0,8
Bahia	11	1.766	4,7	7,6
Ceará	12	2.013	5,1	5,5
Maranhão	2	226	0,9	0,6
Paraíba	1	11	0,4	0,3
Pernambuco	9	1.019	3,8	2,8
Rio Grande do Norte	3	380	1,3	1
Região Centro-Oeste				
Mato Grosso	2	239	0,9	0,7
Mato Grosso do Sul	1	87	0,4	0,2
Brasília	5	1.106	2,1	3
Goiás	1	144	0,4	0,4
Região Sudeste				
Espírito Santo	6	800	2,6	2,2
Minas Gerais	11	1.452	4,7	4
Rio de Janeiro	11	2.588	4,7	7,1
São Paulo Capital	77	13.131	32,9	36,1
São Paulo Interior	40	5.497	17,1	15,1
Região Sul				
Paraná	13	1.285	5,6	3,5
Rio Grande do Sul	11	1.303	5,6	3,5
Santa Catarina	10	927	4,3	2,6
TOTAL GERAL	234	36.340	100	100

Fonte: Cruz (2006, apud PROSÉRPIO, 2003).

Analisando a tabela 1, notamos que há uma concentração espacial das redes de hotéis internacionais na cidade de São Paulo, pois essa é a capital que mais concentra negócios no país. No Nordeste é o turismo de lazer que atrai as redes de capital internacional, e a região Sul tem significativa participação na espacialização desses hotéis, onde estão localizados, principalmente nas capitais dos três estados. Nessa direção, Prosérpio (2002, p. 42) salienta:

O aumento da oferta de meios de hospedagens decorrentes dos novos investimentos das redes internacionais não ocorreu de modo uniforme em todo o país, mas obedeceu uma lógica de expansão que privilegia os grandes centros de negócios, as capitais mais dinâmicas, os principais centros demográficos e os centros particularmente vocacionados para o turismo.

Com esse processo de desconcentração industrial e com o aumento do potencial econômico de outras regiões brasileiras, observa-se a presença de redes de hotéis de bandeira internacional a partir dos anos 2000 também em cidades médias, como São José do Rio Preto, Ribeirão Preto, Piracicaba, Caxias do Sul e Maringá, entre outras, do interior do Brasil, que não tem amenidades como praia, mar, montanhas, entre outras, no entanto tem recebido o capital estrangeiro na rede hoteleira. Acredita-se que a presença dessas redes esteja atrelada ao dinamismo econômico dessas cidades, estimulando as viagens de negócios.

A presença da rede hoteleira de capital internacional em cidades médias: uma aproximação do objeto de estudo.

Pretendemos tecer algumas considerações sobre a cidade de Maringá, que também recebeu a implantação de hotel de capital internacional, no caso do Hotel Íbis, do grupo Francês *Accor* no ano de 2004.

A cidade de Maringá, considerada cidade média, localizada na porção noroeste do Estado do Paraná (figura 1), área colonizada pela empresa britânica Companhia de Melhoramentos do Norte do Paraná (CMNP), sendo planejada e estruturada pelo arquiteto e urbanista Jorge Macedo Vieira, inspirado nas cidades-jardins de Ebenezer Howard e a Carta de Atenas, apontado por Mendes (2007), com

amplas avenidas, zonas funcionais residencial, comercial e industrial, articuladas entre si, possuindo vários parques e espaços de lazer, entre outras atribuições⁶.

Maringá conta com um parque industrial onde predominam indústrias de produtos alimentares, químicas e têxteis. Além disso, conta com várias cooperativas, entre elas, a COCAMAR, agroindústrias e centros atacadistas de confecções, que atendem diversas regiões do Brasil, estimulando viagens de negócios a cidade. Atualmente, Maringá disputa com Londrina a polarização do Norte do Paraná, estando esta estrategicamente localizada no Anel de Integração do Estado do Paraná, interligando as principais regiões do estado.

Atualmente observa-se um crescimento na participação da indústria de confecções e também da produção de software. O setor industrial ligado à confecção em Maringá possui, segundo estudo do IPARDES (2006) possui 524 empresas produtivas, apresentando maior participação relativa dessa produção a nível estadual, e a, proximidade da cidade de Cianorte, outro grande pólo de confecção, vem atraindo mais investimentos na cidade. As empresas do setor de *software* têm ganhado destaque na economia maringaense, onde existem 23 estabelecimentos ligados a essa atividade e vem recebendo mais investimentos para ampliação da atividade IPARDES (2006).

Segundo dados do Paraná Cidades (2007), a participação no PIB municipal em 2007, nos três setores da economia, está distribuído em 0,97% da atividade agropecuária, 22,29% da indústria e 76,74% dos serviços.

A tabela 2 mostra a participação das atividades econômicas no município de Maringá.

Podemos inferir que, dado ao crescimento nas atividades econômicas da cidade, estimulou-se a implantação de hotéis não apenas de redes nacionais, como Deville, Bristol, entre outros, mas também de capital internacional, no caso do hotel Íbis, do grupo *Accor*, instalado em 2004. Esses hotéis vem atender os novos usuários ligados aos negócios..

⁶ Outras considerações que podemos fazer sobre a colonização e a produção do espaço urbano, bem como, as mutações que esse sofre são de Mota (2007), Angelis Neto (2007), De Angelis (2007), Rodrigues (2004) e Endlich & Moro (2003).

Figura 1 – Localização de Maringá no Estado do Paraná

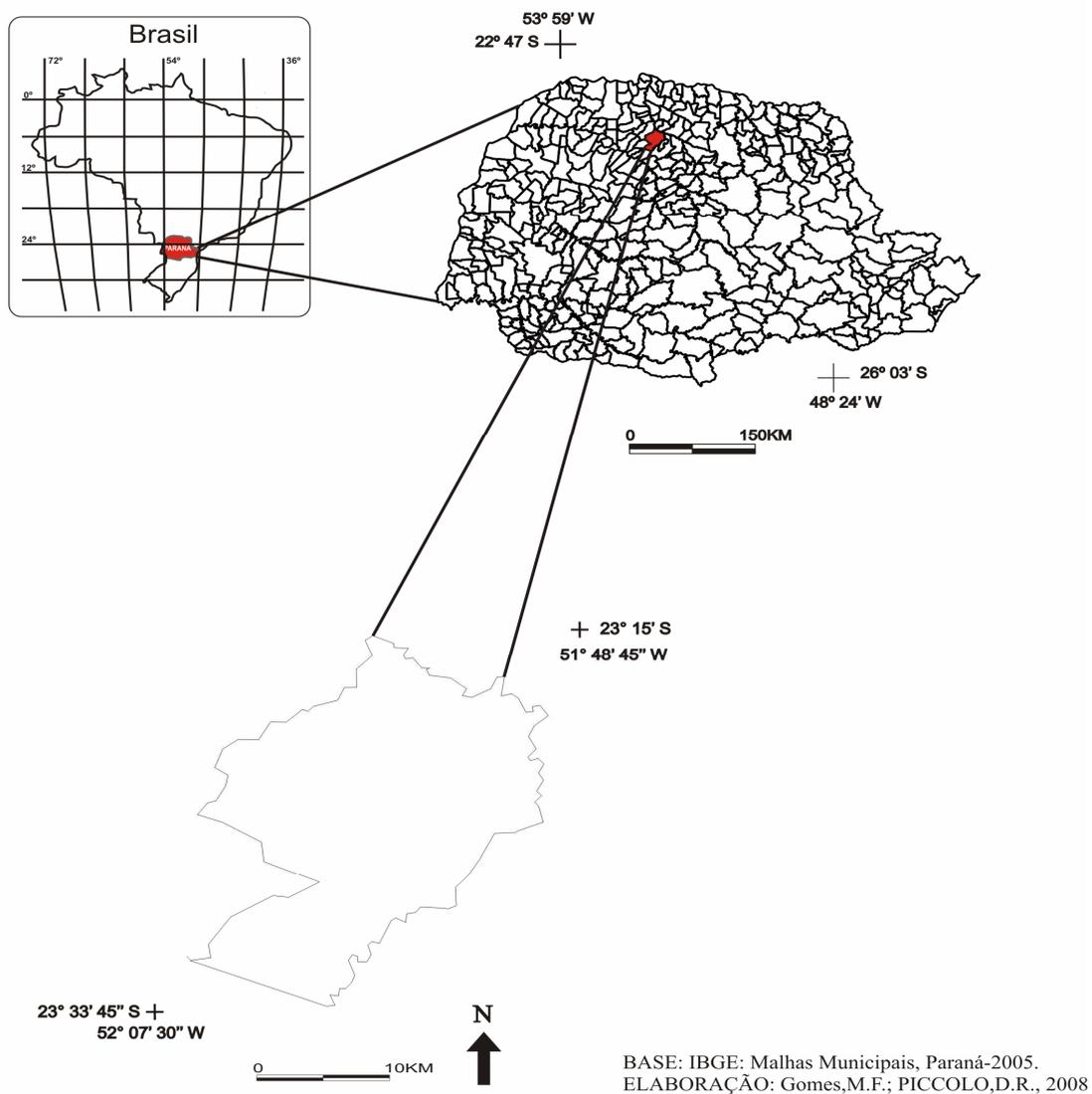


Tabela 2

Maringá: Distribuição das Atividades Econômicas

Setor	Nº de estabelecimentos
Indústria	1240
Comércio Varejista	4212
Comércio Atacadista	677
Serviços	870

Fonte: Paraná Cidades (2007).

Além disso, o turismo de negócios e eventos vem sendo reforçado através de entidades que promovem o mesmo. A Maringá e Região Convention & Visitors Bureau, entidade mantida pelas iniciativas públicas e privadas ligadas ao setor de turismo e eventos, objetivando a promoção mercadológica da cidade e região, atraindo eventos importantes e fortalecendo os laços dos negócios, sendo responsável pelo desenvolvimento planejado do mesmo.

Outra entidade é o Instituto Mercosul, que funciona nas dependências da ACIM – Associação Comercial e Empresarial de Maringá. O Instituto possui parceria com órgãos e entidades internacionais de promoção ao comércio exterior, disponibiliza informações importantes sobre mercados e empresas de todo o mundo. Através destas parcerias organiza eventos empresariais na cidade e auxilia pequenas e médias empresas exportadoras.

Acreditamos que o processo da entrada de capital internacional na rede hoteleira em cidades médias pode estar relacionado, principalmente, ao crescimento e potencial econômico significativo atraindo assim, empresas e indústrias para o entorno das mesmas, aumentando o número de usuários dos serviços de viagem e hospedagem, movimentando o setor hoteleiro.

Considerações finais.

Na década de 1970 a rede *Hilton* - grupo americano - instala o seu primeiro hotel na cidade de São Paulo, com o propósito de atender a demanda do turismo de segmento dos negócios e eventos. Outros grupos começaram a instalar-se na capital paulista devido ao aumento dessa demanda, pois a economia passava a ser cada vez mais internacionalizada.

Outros centros importantes do Brasil, bem como regiões com potencial turístico de lazer, começaram a receber hotéis de bandeira internacional, a partir da década de 1990 – mesmo havendo uma seletividade espacial -, pois a internacionalização da economia tornou-se mais evidente e acentuada no país, devido à abertura comercial, à desregulamentação do mercado de viagens e à realização das reformas, contribuíram para a formação de um ambiente favorável, à entrada do investimento internacional, inclusive no parque hoteleiro.

As redes internacionais provocam uma concorrência de nível elevado com as redes nacionais e com os hotéis independentes. Há uma necessidade de modernizar-se, acompanhando a tendência dos hotéis de bandeira internacional intensificando o uso da tecnologia para aprimorar o atendimento do mercado que é extremamente exigente. Como mencionamos anteriormente, a entrada das redes hoteleiras de capital internacional no Brasil desencadeia o processo denominado “desaculturação” na hotelaria.

Como vimos antes as redes de hotéis internacionais se concentravam nos grandes centros e regiões metropolitanas e nas cidades litorâneas, mas recentemente começam a se instalar em algumas cidades médias interioranas, devido ao novo dinamismo econômico de algumas regiões, como por exemplo, Maringá, no estado do Paraná e São José do Rio Preto, no interior paulista, entre outras. Essas cidades médias vêm sendo consideradas como “novos territórios produtivos”, em função do crescimento de infra-estrutura, como transporte, energia e telecomunicações, facilitando a localização industrial, atraindo também os hotéis de capital internacional.

Bibliografia.

- ANGELIS NETO, G. et al. *Maringá 60 Anos: Presente e Futuro*. In: MACEDO, O.L.C., CORDOVIL, F.C.S., REGO, R.L. (Orgs.). *Pensar Maringá: 60 Anos de Plano*. Maringá: Massoni, p. 69-82, 2007.
- CRUZ, R.de.C.A.da. Os paradoxos do turismo na cidade de São Paulo. In: CARLOS, A.F.A.; OLIVEIRA, A.U.de. (Orgs.). *Geografia das metrópoles*. São Paulo: Contexto, p. 201-212, 2006.
- CHESNAIS, F. *A Mundialização do Capital*. São Paulo: Xamã, 1996.
- CRUZ, R. de C. A. da. *Geografia do Turismo: de lugares a pseudo-lugares*. São Paulo: Roca, 2007.
- CURTY, M. G.; CRUZ, A. da. C.; MENDES, M.T.R. *Apresentação de trabalhos acadêmicos, dissertações e teses*. 2 ed. Maringá: Dental Press, 2006.
- DE ANGELIS, B.L.D et al. A (des)mistificação do “Verde” de Maringá – um desafio a ser (re)pensado. In: MACEDO, O.L.C., CORDOVIL, F.C.S., REGO, R.L. (Orgs.). *Pensar Maringá: 60 Anos de Plano*. Maringá: Massoni, p. 50, 2007.

- DINIZ, Clélio Campolina; CROCCO, Marco Aurélio. Reestruturação Econômica e Impacto Regional: O Novo Mapa da Indústria Brasileira. In: *Nova Economia*. Belo Horizonte, v. 6, n. 1, p. 77-103. Set. 1996.
- ENDLICH, A.M., MORO, D.A. Maringá e a Produção do Espaço Regional. In: MORO, D.A. (Org.). *Maringá Espaço e Tempo – Ensaio de Geografia Urbana*. Programa de Pós- Graduação em Geografia, Maringá:UEM, P. 9-47, 2003.
- FIRKOWSKI, O.L.C. Internacionalização e novos conteúdos de Curitiba. *Revista Paranaense de Desenvolvimento, Cultura*. n.107, P.93-107, jul./dez. 2004.
- GARCIA JR., J.B. *O setor de confecção da região de Maringá: redes de cooperação e internacionalização como fenômenos organizacionais emergentes*. 2005. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Estadual de Londrina, 2005.
- GOMES, M.T.S. *O processo de reestruturação produtiva em cidades médias do oeste paulista: Araçatuba, Birigui, Marília, Presidente Prudente e São José do Rio Preto*. 2007. Tese (Doutorado em Geografia Humana) – Universidade de São Paulo, 2007.
- GONÇALVES, R. *Globalização e desnacionalização*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- GOTTSCHALL, Carlota; ALMEIDA, Paulo Henrique de. *Turismo de Negócios na Região Metropolitana de Salvador – um segmento em expansão*. Universidade Federal da Bahia.
- INSTITUTO PARANAENSE DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL (Paraná). *Arranjo produtivo local de confecções do município de Maringá: estudo de caso*. Curitiba: IPARDES, 2006.
- INSTITUTO PARANAENSE DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL (Paraná). *Arranjo produtivo local de software de Maringá: estudo de caso*. Curitiba: IPARDES, 2006.
- LENCIONI, S. Regiões metropolitanas do Brasil. Radiografia da dinâmica recente do emprego industrial e da remuneração do trabalhador. In: LEMOS, A.I.G.de.; ARROYO, M.; SILVEIRA, M.L. (Orgs.) *América Latina: cidade, campo e turismo*. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2006.
- MENDES, C.M. *Regiões e cidades, cidades nas regiões: o aglomerado urbano de Maringá*. In: MENDES, C.M., SCHMIDT, L.P. (Orgs). *A Dinâmica do Espaço Urbano-Regional: pesquisas no norte-central paranaense*. Guarapuava: Editora UNICENTRO, p. 11 e 14, 2006.

- MOLETTA, V.B.F. *Turismo de negócios*. Porto Alegre: SEBRAE, 2003.
- MOSSATO, D.E.C. *A Internacionalização da economia urbana: Uma Análise do Setor Hoteleiro de Curitiba-PR*. 2007. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Federal do Paraná, 2007.
- MOTA, A.A. da. *A geografia do ensino superior em Maringá: a dinâmica regional e as transformações do espaço urbano*. 2007. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Estadual de Maringá, 2007.
- PROSERPIO, R. *O avanço das redes hoteleiras internacionais no Brasil: 1994-2002*. Tese (Doutorado em Ciência da Comunicação) – Universidade de São Paulo, 2002.
- RODRIGUES, A. B. *Geografia e Turismo – notas introdutórias*. São Paulo: 1992.
- SAAB, W.G.L. *Considerações sobre o desenvolvimento do setor de turismo no Brasil*. In BNDES Setorial, no. 10, setembro de 1999.
- SAAB, W. G. L.; DAEMON, I.G. O Segmento Hoteleiro no Brasil. In. BNDES Setorial, Rio de Janeiro, n. 13, p. 127-156, 2001.
- SANTOS, M.; SILVEIRA, M.L. *A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção*. São Paulo: EDUSP, 2002.
- SANTOS, M.; SILVEIRA, M.L. *O BRASIL: Território e sociedade no início do século XXI*. Rio de Janeiro: Record, 2002.